



**You have downloaded a document from  
RE-BUS  
repository of the University of Silesia in Katowice**

**Title:** "Homo videns" - nowe media a język młodego pokolenia

**Author:** Aldona Skudrzyk

**Citation style:** Skudrzyk Aldona. (2013). "Homo videns" - nowe media a język młodego pokolenia. W: K. Węsierska, N. Moćko (red.), "Profilaktyka logopedyczna w praktyce edukacyjnej. T. 2" (S. 43-52). Katowice : Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego



Uznanie autorstwa - Użycie niekomercyjne - Bez utworów zależnych Polska - Licencja ta zezwala na rozpowszechnianie, przedstawianie i wykonywanie utworu jedynie w celach niekomercyjnych oraz pod warunkiem zachowania go w oryginalnej postaci (nie tworzenia utworów zależnych).



UNIwersytet ŚLĄSKI  
W KATOWICACH



Biblioteka  
Uniwersytetu Śląskiego



Ministerstwo Nauki  
i Szkolnictwa Wyższego

Aldona Skudrzyk

## *Homo videns*\* — nowe media a język młodego pokolenia\*\*

Nowe media rewolucjonizują kulturę, wywołują przełom w możliwościach komunikowania, w dostępie do informacji. Po latach hegemonii druku jako środka przekazu, wrócił człowiek, jak zapowiedział to McLuhan, do wioski rządzonej przez obraz, tym razem wioski globalnej.

Podłączony do Internetu komputer, interaktywna telewizja, wielofunkcyjny telefon komórkowy — dzięki nim można komunikować się z kimkolwiek i gdziekolwiek na świecie, można otrzymywać wszelkie dostępne informacje, robić zakupy, rezerwować bilety, zamawiać potrawy — wszystko to bez ruszania się z miejsca. „Człowiek błyskawicznie poddaje się oczarowaniu wszystkimi przedłużeniami siebie w innej formie niż on sam” (McLUHAN, 2004: 81). Media przestają być jedynie częścią nieinwazyjnego środowiska, stają się przedłużeniem naszych zmysłów i układu nerwowego. Gdzieś w perspektywie efektem kultury cybernetycznej staje się integracja człowieka z maszyną oraz maszyny z maszyną.

Zasadą bycia staje się coraz częściej wymóg *natychmiastowości* (skrócenie czasu realizacji wszelkich procesów, głównie komunikacyjnych) oraz *przezroczystości* (zredukowanie fizycznej przestrzeni, jako że wszystko można załatwić w jednym miejscu za pomocą mediów, które dają iluzję bezpośredniości).

---

\* Pojęcie *homo videns* wprowadził Giovanni Sartori w swej książce *Homo videns. Telewizja i postmyślenie* (2007).

\*\* Artykuł jest nieco zmienioną wersją tekstu, który ukazał się w: *Sztuka to rzemiosło. Nauczyć Polski i polskiego*. T. 3. Red. J. TAMBOR, A. ACHELIK. Katowice, Uniwersytet Śląski, 2013.

„Pokolenie @”, „dzieci neostrady”, „pokolenie SMS”<sup>1</sup>, „pokolenie N” (od *Net* — ‘sieć’) albo „pokolenie D” (*digital* — ‘cyfrowy’), „cyfrowe pokolenie”, „generacja Y”, „pokolenie www”: wszystko, wszędzie, zawsze, to określenia odnoszące się do urodzonych i dorastających w tej kulturze młodych ludzi tworzących nowy typ kultury — informatycznej/multimedialnej/cyfrowej(?), jeszcze nienazwanej, ale już wszechobecnej. Młodzi oswoiili nowinki technologiczne i aktywnie, i w każdej dziedzinie korzystają z mediów cyfrowych i technologii cyfrowych, żyją w globalnej wiosce. *Globalny nastolatek* lepiej się czuje w kontakcie z innym „globalnym nastolatkiem” (nieważne z jakiego państwa) niż z rówieśnikiem z rodziny robotniczej z tej samej dzielnicy. Jego domem może być dowolne miejsce na ziemi, najważniejsze, by posiadało supermarket, McDonalda i któryś z hoteli i restauracji wielkiej sieci.

Z charakterystyki pokoleniowej wynika dalej, że technologiczna możliwość łatwego sprawdzania wiedzy pozbawia młodych potrzeby autonomicznego myślenia i wyrabiania własnych poglądów. Przekonanie, że jeśli czegoś nie ma w sieci, to nie istnieje — ogranicza ich zdolność rozwiązywania problemów.

Tak ogólnie scharakteryzowana cywilizacyjna i technologiczna zmiana pokoleniowa o szerokim, właściwie globalnym zasięgu może prowadzić do podobnych w swej istocie językowych następstw. Wydaje się przydatne wskazanie, w jaki sposób obserwowane powszechnie przemiany wpływają na zachowania językowe, na relację język — poznanie, co widoczne jest już w tekstach młodych użytkowników języka<sup>2</sup>.

---

<sup>1</sup> Termin *pokolenie SMS* popularyzuje prof. Tomasz Goban-Klas, socjolog i specjalista od komunikowania. Jego zdaniem, telefon komórkowy nabrał nowych aspektów: nie używa się go do przekazania konkretnych informacji, a jego funkcją dla młodego pokolenia jest sam kontakt, podtrzymanie więzi. *Pokolenie SMS* potrafi wyrazić istotę komunikacji w 160 znakach. Jak mówi Goban-Klas, historia komunikacji pokazuje, że ludzie coraz mniej chętnie przyjmują długie przekazy: „— Homer napisał *Iliadę*, którą niejeden ówczesny znał na pamięć. Jeszcze w pokoleniu moich rodziców znało się na pamięć obszerne fragmenty *Pana Tadeusza*. Dziś wolimy formy jak najkrótsze. *Short Message Service*, jak sama nazwa wskazuje, jest doskonałym przykładem na skrócenie tego, co nazywamy *span of attention*, zakresu uwagi” (fragment wywiadu zamieszczonego w „Tygodniku Powszechnym” 10 lutego 2002 roku).

<sup>2</sup> Jednak pamiętajmy, że czas przełomu technologicznego, jak każda zmiana kulturowa o szerokim zasięgu, ma mimo wszystko charakter procesu, przyjęcie jej, poznanie i zaakceptowanie jest tak skomplikowane, złożone i długotrwałe, że nieuniknione jest nałożenie się epok poprzedniej i następującej. Skutkiem tego sam przełom także stanowi pewien okres dziejowy.

**Ikoniczna** orientacja kultury, a także węzłowy **hipertekst** sieci odciśkają swe piętno na sposobie myślenia człowieka. W miejsce pojęcia, abstraktu pojawia się symbol, w miejsce linearnego, przyczynowo-skutkowego rozumowania — mozaika faktów, artefaktów, doznań. Zmiany te skutkują także w języku i też w języku najłatwiej je zaobserwować. Stanowi on przecież niejednokrotnie przepustkę do uchwycenia sposobu rozumowania.

W omawianej tu perspektywie pojawia się najużyteczniejsze pewnie rozróżnienie, które wykorzystuje i popularyzuje jego twórca Marc PRENSKY (2001), rozwija Derric KERCKHOVE (1996): *digital natives* oraz *digital immigrants*. *Cyfrowi imigranci* to ci, którzy wychowali się w warunkach mediów analogowych, wywodzący się z kultury cyrograficznej (kultury pisma) — komputer, komórka czy internetowy katalog biblioteczny to dla nich trudne w obsłudze nowinki techniczne, *cyfrowi tubylcy* zaś to osoby wychowujące się w środowisku elektronicznych gadżetów, intuicyjnie przyswajające sobie umiejętność korzystania z oprogramowania odtwarzacza mp3 lub aparatu cyfrowego. Jay David Bolter nazywa tę grupę *ludźmi Turinga* (BOLTER, 1990).

Jaki jest najogólniej wpływ nowych mediów na język ich użytkowników? Wpływ ten widzieć można w wielu aspektach, spośród wielu możliwych typów oddziaływań chcę wskazać najpierw na jeden — *osłabienie precyzji komunikowania*, zmierzające ku interpretacyjności i nasilonej pragmatyce znaczeń i sensów wyinterpretowanych z konkretnego użycia.

Nowe media zaczynają oddziaływać na rozwój dziecka bardzo wcześnie — przez swój ekspansywny zasięg wyraźnie wkraczą już w obszar pierwotnej socjalizacji językowej. Proces socjalizacji spełnia dwie niezwykle ważne społecznie funkcje: buduje pewien porządek i ład społeczny oraz stanowi mechanizm *transmisji kultury*. Szczególnie ta druga funkcja — ze względu na rolę w niej języka — jest bliska zainteresowaniom językoznawcy socjolingwisty. Podstawowym środowiskiem socjalizującym dzieci stają się coraz częściej media: telewizja oraz Internet. Niektórzy badacze są nawet zdania, że w dzisiejszych czasach wręcz pierwszym językiem, jakiego uczy się dziecko, jest język ojczysty przekazów medialnych, gdyż to właśnie z nim ma ono największą styczność dzięki telewizji (OSMAŃSKA-FURMANEK, 2005: 42). Staje się więc przekaz medialny niejako wzorcem komunikacyjnym.

Z moich badań sondażowych wynika, że dzieci przedszkolne posługują się bardzo łatwo słownictwem i frazami, które nie są stosowne do ich wieku i zainteresowań, do poziomu ich rozwoju, ale przede wszystkim, dzieci używają ich w sposób intuicyjny, przez bardzo luźne skojarzenie

z opisywanym zjawiskiem, odtwarzanym tak, jak odtwarza się w pamięci pewien całościowy obraz, całą sytuację, np. w użyciu 5-latka: „firma na dorobku”, „miłość musi odejść”, „niebezpieczeństwo złamania igły”. Mówiąc wprost, dzieci używają wyrażen, nie rozumiejąc ich, cytując je niejako wraz z pojawiającym się nawet bardzo powierzchownym skojarzeniem. Stąd może wynikać przekonanie małych, poznających zasady komunikacji użytkowników języka, że słów można używać dowolnie, że nie muszą być one jednoznacznym odesłaniem do desygnatu. To dość poważne zagrożenie komunikacji, ale także rozwoju poznawczego dziecka. Owo zagrożenie określić można mianem *inflacji znaczeń*: jeśli nie potrafimy danej rzeczy nazwać, to jak możemy ją określić, jak przyporządkować do jakiejś kategorii, jak rozumieć? W ten sposób nowe media przyczyniają się do naruszania procesu transmisji kulturowej, przekazu tradycji językowej, mówiąc najprościej — mogą powodować utrudnienie w rozumieniu znaczeń słów i wyrażen.

Dlaczego jest to realne zagrożenie?

Przywołując zarysowaną na wstępie charakterystykę kultury, łatwo zrozumieć, że pojawienie się telewizji spowodowało przede wszystkim ekspansję obrazu na ogromną skalę<sup>3</sup>. Świat dotąd był głównie opowiadany, teraz jest głównie pokazywany — następuje więc zmiana kontekstu słowa na kontekst obrazu. To niezwykle ważna zmiana: słowo trzeba **rozumieć**, obraz wystarczy **oglądać**.

Przekaz zapośredniczony przez abstrakcyjne ze swej istoty pismo zastąpiony zostaje coraz częściej przekazem przez konkretny obraz (ekran, monitor). Włoski medioznawca i filozof Giovanni Sartori dostrzega swoiste przekształcenie się współczesnego człowieka z *homo sapiens* w *homo videns*. Człowiek rozumny, myślący, racjonalny zmienia się w osobę patrzącą, oglądającą: „[...] dotąd świat, i zachodzące w nim wydarzenia były nam opowiadane (opisywane); dziś są nam pokazywane, zaś opowieść (objaśnienie) pełni funkcję tylko uzupełniającą w stosunku do obrazów, które pojawiają się na ekranie” (SARTORI, 2007: 21).

---

<sup>3</sup> Zwycięstwo modelu komunikacji, w którym dominuje obraz, najpierw dopełniając, z czasem zajmując miejsce słowa, wielu socjologów widzi jako przyczynę niepokojących wyników badań przeprowadzonych w USA przez Departament Edukacji Stanów Zjednoczonych. „W 1947 r. 45% uczniów w USA było w stanie znaleźć na mapie Europę, w 1988 zaś było ich zaledwie 25%. Podczas wojny w Zatoce Perskiej w 1991 r., kiedy 500 tys. żołnierzy amerykańskich znajdowało się na froncie, aż 80% Amerykanów nie wiedziało, gdzie leży Irak, 92% natomiast wiedziało, że prezydent Bush nie lubi i nie będzie jadł brokułów. Wyniki tych badań są zatrważające, pomimo że w latach 80. USA zainwestowały w edukację 420 mld dolarów (29% więcej niż kiedykolwiek w historii)” (ZIÓŁKOWSKI, 1995; za: ZWOLIŃSKI, 2003: 443).

Telewizja, według Sartoriego, powoduje u ludzi utratę zdolności rozumienia (logiczność wywodu) i abstrahowania (posługiwania się pojęciami), gdyż dominujący w przekazie obraz wymaga tylko patrzenia. Charakteryzując człowieka określanego jako *homo videns*, badacz przekonuje, że „język konceptualny (abstrakcyjny) został zastąpiony przez język percepcyjny (konkretny), który jest nieskończenie uboższy; uboższy nie tylko pod względem liczby słów, lecz przede wszystkim pod względem bogactwa ich znaczeń, zdolności konotacyjnych” (SARTORI, 2007: 28).

Tekst pisany narzuca linearny, spójny dyskurs, którego odczytanie pobudza procesy świadomościowe, dzięki którym potrafimy budować fikcyjne doświadczenia zmysłowe. Obraz natomiast oddziałuje raczej **na zmysły** niż na **intelekt**, widzimy to, co już przedstawione, dodatkowo widzimy wszystko naraz. W przypadku pisma odbiorca ma możliwość interpretacji tekstu, gdyż język nigdy nie odda w pełni zamysłu autora. Obraz nie zostawia dowolności, gdyż narzuca swój odbiór, mamy dane tylko to, co widzimy. Przy czym w ten sposób — paradoksalnie — poszerza się zakres indywidualizmu, gdyż widzieć możemy na swój indywidualny sposób! Nic w interpretowaniu obrazu nie narzuca nam jednakowej procedury oglądania czy to z dołu do góry, czy to z prawa do lewa. Hierarchia istotnych elementów przekazu wizualnego może być całkowicie dowolna, indywidualna, własna.

Zwrócenie uwagi na *ikonizację semiosfery* pozwala na rozważenie tego, w jaki sposób ta zmiana przekłada się na jakość podstawowej relacji język — poznanie; dokładniej styl poznawczy, styl myślenia.

Spróbujmy na kilku przykładach przybliżyć sposób myślenia młodych, kształcących się w szkole ponadpodstawowej osób (wszystkie przykłady pochodzą z wypowiedzi uczniów szkół średnich) na temat wartości semantycznej wyrazów:

- |                   |   |
|-------------------|---|
| <i>apogeeum</i>   | — skupisko jakichś złych rzeczy<br>USJP <sup>4</sup> ‘najwyższy stopień, szczytowy punkt, największe nasilenie czegoś’  |
| <i>populista</i>  | — osoba, która oszukuje ludzi<br>USJP — populizm to ‘działalność polityczna odwołująca się do interesów, oczekiwań i opinii większości ludzi w celu uzyskania ich poparcia i zdobycia wpływów lub władzy’ |
| <i>zniwelować</i> | — zniszczyć<br>USJP ‘doprowadzić powierzchnię jakiegoś terenu do jednego poziomu, wyrównać; znieść, zlikwidować różnice’  |

<sup>4</sup> *Uniwersalny słownik języka polskiego* (DUBISZ, red., 2003).

- lubieżny* — ktoś kogoś za bardzo lubi  
USJP ‘pełen pożądania, żądry; zmysłowy, namiętny, rozpustny’
- wysmakowany* — dobrze doprawiony  
USJP ‘wykonany ze smakiem, z artyzmem, niebanalnie, kunsztowny, finezyjny’
- charytatywny* — bezpłatny, np. praktyka charytatywna  
USJP ‘pomagający ludziom, wspierający biednych i potrzebujących pomocy; miłosierny, dobroczynny, filantropijny’<sup>5</sup>

Są to niespecjalistyczne słowa, które niosą jednak treść inną niż ta utrwalona tradycją użycia i znana ze słowników. Najoczywistszą drogą poznawania znaczeń wyrazów jest ich przekazywanie na zasadzie uczestnictwa w kulturze, w tradycji. W cytowanych przykładach mamy do czynienia z inną sytuacją, oto znaczenia są przez uczniów „odkrywane” na nowo. Owo odkrywanie dokonuje się, zauważmy, dwiema drogami. Pierwsza grupa przykładów pokazuje znaczenie jako pochodną struktury: budowa słowotwórcza **indywidualnie interpretowana** jest źródłem wiedzy o znaczeniu (*lubieżny*, *wysmakowany*). Podkreślmy, działa tu prosta zasada odwołania do wyrazu podobnie brzmiącego: *lubić*, *smak*. Druga grupa pokazuje rozpoznawanie znaczenia przez **związek z kontekstem** użycia, konkretnego użycia: obraz niwelowanego terenu można odczytać jako obraz niszczonego terenu; z faktu, że obietnice populistyczne są zwykle puste, można wyczytać, że populistą to oszust, itp.

Ten sposób myślenia nazywa się w psychologii rozwojowej myśleniem przedoperacyjnym, czy inaczej konkretno-wyobrażeniowym. Wyciąganie wniosków dokonuje się w nim przez zestawienie obrazów, zdarzeń, w których słowo zastosowano. Objaśnienia znaczeń w przywoływanych przykładach pokazują indywidualne rozumienie i znaczenia, i sensu, jego doraźność i silną kontekstowość. Takie objaśnienia to przejaw myślenia alogicznego, alinearnego, plamowego, ikoniznego, tzw. **postmyślenia**, jak chce Giovanni Sartori. Dziś w rozmowach także z osobami wykształconymi, choćby ze studentami polonistyki, podczas zajęć dowiedzieć się możemy przypadkiem, że używają oni słów znanych powszechnie i w starszym pokoleniu, ale są to jedynie te same słowa, niosą jednak treść inną niż ta, która jest znana ze słowników. Studentka referuje: „Gdyby ktoś rzetelnie mówił, nie byłoby nieporozumienia”. Na

<sup>5</sup> Więcej przykładów ilustrujących to zjawisko znaleźć można w: SKUDRZYK, 2005; WARCHAŁA, SKUDRZYK, 2010.

pytanie o znaczenie słowa *rzetelnie* odpowiada ‘dokładnie’. I nie ma w tym rozumieniu żadnego głębszego wymiaru znaczenia: uczciwości, solidności. Pytam o *obleśny*, ponieważ wyraz pojawia się w kontekście zupełnie go nieuzasadniającym i znów odpowiedź studentów: ‘odrażający, brzydko wyglądający’<sup>6</sup>. Podobnie zaskakiwać może zdefiniowanie wyrazu *elastyczny* — ‘stały’ („ponieważ nie odkształca się trwale, wraca zawsze do pierwotnego kształtu”). To jest być może ilustracja procesu, który George Steiner nazywa „zerwanym kontraktem” — naruszeniem przymierza między słowem a światem lub określa mianem kryzysu „znaczenia znaczenia” (KOSTASZUK-ROMANOWSKA, 2001). W każdym z podanych przykładów znaczenie leksemu jest odczytywane z użycia, z kontekstu, nie jest składnikiem międzypokoleniowej transmisji kulturowej. Ewa Rewers w jednym z opracowań pisze o „polifonii idiolektów” czy wręcz „rozplenieniu się idiolektów” (REWERS, 1998).

Zauważmy, że takie procesy naprawdę mogą burzyć komunikację międzygeneracyjną. To rodzi pytanie: czy można już mówić wręcz o komunikacji międzykulturowej?

To, że posługujemy się tym samym językiem, nie gwarantuje jeszcze powodzenia w porozumiewaniu się. Jest oczywiste, że sfera subtelnych semantycznych konotacji, ograniczeń łączliwości itp. może być przekazana głównie drogą kulturowej transmisji, zakotwiczenia w tradycyjnym użyciu, nie da się jej łatwo „wyczytać” z kontekstu.

Wizualność, ikonizacja to konkret, obraz nie aktywizuje — bo nie może — ani konotacji kulturowych, ani semantycznych, nie oddaje odcieni kodu pragmatycznego, dlatego możliwe jest takie użycie słów, które wskazują wręcz na rodzaj kulturowego wykluczenia. Dosadnie widać to np. w podaniu studentki proszącej dziekana o przedłużenie sesji: „Proszę o przedłużenie sesji do 15.04., co *wyekzekwowałam* (sic!) od pani dziekana podczas rozmowy”. Komunikat całkowicie niestosowny przez użycie wyrazu o jednoznacznie niedopuszczalnych w komunikacji oficjalnej konotacjach: *wyekzekwować* ‘zmusić kogoś do czegoś, zwykle z zastosowaniem środków przymusu’. Podobnie młody dziennikarz, niefortunnie używając języka, może spotkać się z odmową, gdy swą prośbę kierowaną do eksperta sformułuje jak polecenie: „Liczę na to, że rzetelnie, ale też z lekką dozą humoru, oceni Pani odpowiedzi”. Tu „rzetelnie”, znaczy najpewniej ‘dokładnie’ — bez konotacji: ‘dotrzymujący zobowiązań; uczciwy, sumienny, solidny’. Ale to właśnie brak świadomości tego konotacyj-

---

<sup>6</sup> Można też przytoczyć pisane dowody takich użyć, dowody utrwalonej zmiany semantycznej w nowej prozie (por. CZERWIŃSKI, 2005).



nego nacechowania czyni z prośby (może nawet grzecznej w mniemaniu nadawcy) niestosowne (sytuacyjnie i społecznie) polecenie.

Badania nad kontekstowym rozumieniem znaczeń są w socjolingwistyce polskiej znane już dość dawno. W latach 80. XX wieku Danuta BARTOL-JAROSIŃSKA (1986) badała robotników warszawskich, a przyczyną takiego właśnie kontekstowego rozumienia znaczeń, którą uwydatniała w swych analizach, był brak wykształcenia. Tak więc wykształcenie traktować należy jako ważny element, który warunkuje w tym zakresie jakość komunikacji. Wykształcenie to — w naszej perspektywie oglądu — głównie obcowanie i czynne (pisanie), i bierne (czytanie) z tekstem pisanym, spójnym, logicznym, ciągłym, czyli poddanym rygorom piśmienności.

Narzędziem uczenia się logiczności jest zatem tekst pisany, ale dziś najczęściej dostępne teksty pisane to właśnie takie typy tekstu, które określałyśmy mianem hipertekstu. Nie mogą być one źródłem uporządkowanej, logicznej struktury. Są zupełnie nowym doświadczeniem młodego pokolenia, efektem „żeglowania” po sieci. Uznać można, że i taki tekst budowany jest na zasadzie przylegania, bowiem w internecie nic nie zmusza do lektury linearnej. Jest to lektura alinearna. Budowanie tekstu, także pisanego, dokonuje się nie „w służbie linijki”, ale „w służbie powierzchni” (FLUSSER, 1993 za GWÓZDŹ, 2004).

Ów konkretno-wyobrażeniowy styl myślenia widoczny jest także w sposobie budowy tekstu poza komunikacją elektroniczną, głównie w zasadach jego spójności (SKUDRZYK, 2005; WARCHAŁA, SKUDRZYK, 2010). Współczesny tekst staje się często zbiorem pojedynczych zdań, których wzajemne relacje logiczne, przyczynowo-skutkowe nie są ujawniane, jakby każdy z elementów opisu leżał obok drugiego w dającej się obserwować przestrzeni. Oto fragment eseju maturalnego:

*Cesarstwo Zachodniorzymskie upadło w 476 r. Najeżdżali je barbarzyńcy. Armia cesarstwa była słaba. Teren Imperium Romanum zajmował wielkie terytorium. Po okresie względnego pokoju bez wojen zabrakło niewolników. Nie miał kto uprawiać roli. Społeczeństwo zaczęło przychylnym okiem spoglądać w stronę chrześcijaństwa.*

Nie jest to tekst pisany w chwili emocji. Widać, że tekst jest zbudowany wedle tych reguł, o których mówimy, że mają charakter kompleksowo-przyległościowy, alogiczny. Aby precyzyjnie zrozumieć przekaz, trzeba by było odnajdywać sens, czyli ulogiczniczyć wypowiedź przez wprowadzenie

sygnałów spójności, powiązań przyczynowo-skutkowych. Być może tak wygląda właśnie przechodzenie z „galaktyki Gutenberga” do „galaktyki Turinga” (BOLTER, 1990).

## Bibliografia

- BARTOL-JAROSIŃSKA D., 1986: *Świadomość językowa robotników warszawskich*. Warszawa, Wydawnictwo Uniwersytetu Warszawskiego.
- BOLTER J.D., 1990: *Człowiek Turinga*. Warszawa, PIW.
- CZERWIŃSKI P., 2005: *Pokalanie*. Warszawa, Świat Książki.
- DUBISZ S., red., 2003: *Uniwersalny słownik języka polskiego*. Warszawa, Wydawnictwo Naukowe PWN.
- GWÓZDŹ A., 2004: *Technologie widzenia, czyli media w poszukiwaniu autora: Wim Wenders*. Kraków, TAIWPN Universitas, s. 99—100.
- KERCKHOVE DE D., 1996: *Powłoka kultury. Odkrywanie nowej elektronicznej rzeczywistości*. Warszawa, Wydawnictwo Mikom.
- KOSTASZUK-ROMANOWSKA M., 2001: *Język jako widowisko*. W: KRZEMIEN-OJAK S., NOWOWIEJSKI B., red.: *Przyszłość języka*. Białystok, Wydawnictwo Uniwersytetu w Białymstoku, s. 161—168.
- MCLUHAN M., 2004: *Zrozumieć media. Przedłużenie człowieka*. Warszawa, Wydawnictwa Naukowo-Techniczne.
- OSMAŃSKA-FURMANEK W., 2005: *Poznawanie rzeczywistości w przenikających się światach — realnym i wirtualnym*. W: LEPPERT R., MEŁOSIK Z., WOJTASIK B., red.: *Młodzież wobec niegościnnnej przyszłości*. Wrocław, Wydawnictwo Naukowe DSW, s. 39—44.
- PRENSKY M., 2001: *Digital Natives, Digital Immigrants Part 1*. “On the Horizon”, Vol. 9, no. 5 (October), s. 1—6.
- REWERS E., 1998: *Nowe media — Kultura niedokończonej translacji*. „Kultura Współczesna. Teoria. Interpretacje. Praktyka”, nr 1(16), s. 43—50.
- SARTORI G., 2007: *Homo videns. Telewizja i postmyślenie*. Warszawa, Wydawnictwo Uniwersytetu Warszawskiego.
- SKUDRZYK A., 2005: *Czy zmierzchna kultura pisma? O synestezji i analfabetyzmie funkcjonalnym*. Katowice, Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego.
- WARCHAŁA J., SKUDRZYK A., 2010: *Kultura piśmienności młodego pokolenia*. Katowice, Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego.
- ZWOŁIŃSKI A., ks., 2003: *Słowo w relacjach społecznych*. Kraków, Wydawnictwo WAM.

Aldona Skudrzyk

*Homo videns* – the new media and the language of the young generation

Summary

Due to their wide scope, the new media are gradually becoming the main socializing environment for children. Some scholars believe that nowadays the main language acquired by a child is their native language broadcast via omnipresent media. In the past, the world used to be described through the use of words and texts. Now it is shown with the use of pictures. The context of a word is replaced with the context of a picture. Words must be **understood** while pictures only need to be **seen**. The crucial issue discussed in the following paper is how this particular change, known as the iconization of culture influences the quality of the basic relationship between language and cognition, that is a cognitive style, a way of thinking and the impairment of communicative precision, all leading to the interpretability and the enhanced pragmatics of meanings and senses which are no longer used.

Aldona Skudrzyk

*Homo videns* — neue Massenmedien und die Sprache der jungen Generation

Zusammenfassung

Wegen ihrer Expansionsreichweite werden neue Massenmedien das wichtigste Milieu, in dem ein Kind sozialisiert wird. Manche Forscher vertreten sogar die Meinung, dass die Sprache der Massenmedien heute die erste Sprache ist, mit der das Kind am frühesten zu tun hat. Bisher wurde es von der Welt vor allem erzählt (Wort, Text), heutzutage wird die Welt hauptsächlich gezeigt. Es kommt also zu einem wichtigen Wechsel von einem Wortkontext zu einem Bildkontext: ein Wort muss **verstanden**, ein Bild nur **angeschaut** werden. In ihrem Artikel untersucht die Verfasserin, inwieweit der Wechsel — Ikonisierung der Kultur — für die Qualität der grundlegenden Relation: Sprache — Erkenntnis und genauer gesagt, für den Erkenntnisstil, für die Denkweise, für schlechtere, zur verstärkten Pragmatik der vom Gebrauch interpretierten Bedeutungen und Sinnen führende Kommunikationspräzision verantwortlich ist.